

### **BAB III**

#### **TNJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Pelayanan**

##### **1. Pengertian Pelayanan**

Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa, perannya akan lebih besar dan bersifat menentukan manakala dalam kegiatan-kegiatan itu terdapat kompetensi (persaingan) dalam usaha merebut pemasaran atau langganan.

Secara sederhana istilah pelayanan (*service*) bisa diartikan sebagai “melakukan sesuatu bagi orang lain”.<sup>1</sup> Sedangkan secara umum pelayanan adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi.

Pelayanan dapat juga diartikan setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pulaberakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.<sup>2</sup>

Dunia bisnis suatu perusahaan tidak lepas dari pelayanan. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan demi tercapainya kepuasan pada pelanggan itu sendiri. Dari beberapa pengertian diatas maka dapat

---

<sup>1</sup> Fandy Tjiptono, *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008), h. 1.

<sup>2</sup> Malayu S.P. Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), h. 152

disimpulkan bahwa pelayanan adalah cara melayani, membantu menyiapkan, mengurus, menyelesaikan keperluan, kebutuhan seseorang ataupun sekelompok orang.

## **2. Bentuk- Bentuk Pelayanan**

Pelayanan dapat dikategorikan dalam tiga bentuk, yaitu:<sup>3</sup>

### **a. Layanan dengan lisan**

Layanan dengan lisan dilakukan oleh petugas-petugas dibidang hubungan masyarakat, layanan informasi dan bidang-bidang lain yang tugasnya memberikan penjelasan atau keterangan kepada siapapun yang memerlukan.

### **b. Layanan dengan tulisan**

Layanan dengan tulisan merupakan bentuk layanan yang paling menonjol dalam pelaksanaan tugas. Tidak hanya dalam segi jumlah tetapi juga dalam segi peranannya.

### **c. Layanan dengan perbuatan**

Dilakukan oleh sebagian besar kalangan menengah dan bawah. Karena itu faktor keahlian dan keterampilan petugas tersebut sangat menentukan hasil perbuatan atau pekerjaan.

## **3. Ciri -Ciri Pelayanan Yang Baik**

Pengertian pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang telah ditetapkan.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup>Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : Rajawali Pers , 2012). Cet -11.h.257

Adapun ciri-ciri pelayanan yang baik adalah sebagai berikut:

a. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik

Pelanggan ingin dilayani secara prima, oleh karena itu untuk melayani pelanggan salah satu yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang tersedia.

b. Tersedia karyawan yang baik

Kenyamanan pelanggan juga tergantung dari karyawan yang melayaninya. Karyawan harus ramah, sopan dan menarik. Disamping itu karyawan harus cepat tanggap, pandai bicara, menyenangkan serta pintar dan dalam bekerja dalam bidangnya.

c. Bertanggung jawab kepada pelanggan

Dalam menjalankan kegiatan pelayanannya setiap karyawan harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai. Pelanggan akan merasa puas jika karyawan bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diberikannya.

d. Mampu melayani secara cepat dan tepat

Dalam melayani pelanggan diharapkan karyawan dapat melakukan sesuai prosedur, layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan pelanggan.

---

<sup>4</sup> Kasmir, *Etika Customer Servis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), Cet. Ke-2, h.

e. Mampu berkomunikasi

Para karyawan harus mampu berbicara dengan baik dan cepat memahami keinginan pelanggannya. Artinya para karyawan harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti.

f. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi

Menjaga rahasia perusahaan sama artinya dengan menjaga rahasia pelanggan. Oleh karena itu, karyawan harus mampu menjaga rahasia pelanggan terhadap siapa pun. Rahasia perusahaan merupakan ukuran kepercayaan pelanggan kepada perusahaan.

g. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik

Setiap karyawan harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu. Karena karyawan selalu berhubungan dengan pelanggan, maka para karyawan tersebut dididik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi pelanggan atau kemampuan dalam bekerja.

h. Berusaha memahami kebutuhan pelanggan

Karyawan harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh pelanggannya. Para karyawan yang lamban akan membuat pelanggan lari, usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan.

i. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah

Kepercayaan calon pelanggan kepada perusahaan mutlak diperlukan sehingga calon pelanggan mau menjadi pelanggan

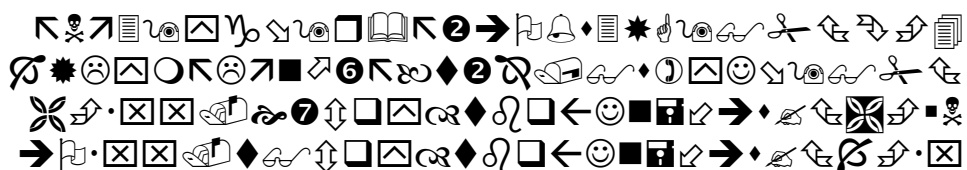
perusahaan yang bersangkutan. Demikian pula untuk menjaga pelanggan yang lama agar tidak lari maka perlu dijaga kepercayaannya. Semua ini melalui pelayanan petugas *costomer service* khususnya dan seluruh karyawan perusahaan umumnya.<sup>5</sup>

Selanjutnya pelayanan yang tidak baik meliputi:

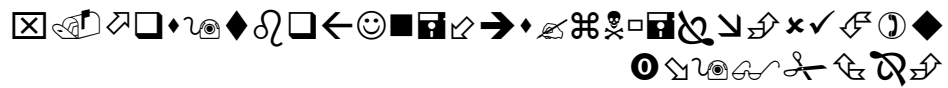
- a) Sikap kasar dan sombong.
- b) Tidak memiliki pengetahuan tentang barang.
- c) Makan atau ngobrol dengan teman sambil melayani.
- d) Bermuka masam.
- e) Membedakan pembeli.

#### 4. Standar Layanan Perbankan

Standar layanan perbankan sangat penting mengingat industri perbankan berkembang semakin cepat seiring dengan kebutuhan nasabah yang juga semakin meningkat atau kompleks, serta membutuhkan standar penampilan layanan, pengetahuan dan keterampilan mengenai produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank. Dalam konsep Islam, pelayanan yang berkenaan dengan tampilan fisik hendaknya tidak menunjukkan kemewahan. Fasilitas yang membuat konsumen merasa nyaman memang penting namun bukanlah fasilitas yang menonjolkan kemewahan. Pernyataan ini sebagaimana yang dikatakan dalam alqur'an surat At-Takaatsur ayat 1-5



<sup>5</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana Predana Media, 2004), Cet-1, h. 210-211.



Artinya : “ Bermegah-megah telah melalaikan kamu, sampai kamu masuk kedalam kubur. Janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui. Janganlah begitu, jika kamu mengetahui dengan pengetahuan yang yakin.”

Secara umum, standar layanan perbankan yang harus dipenuhi meliputi :

**a) Standar penampilan petugas perbankan**

Standar penampilan dibutuhkan untuk menumbuhkan kepercayaan nasabah kepada bank sehingga nasabah dapat terlayani dengan baik dan membuat nasabah puas. Standar penampilan petugas perbankan meliputi standar dalam berpakaian dan penampilan fisik. Dalam pelayanan prima (*Service Excellent*) diperlukan suatu standar penampilan bagi petugas maupun perusahaan. Standar penampilan petugas diperlukan guna membangun keyakinan bagi nasabah dan image positif bagi perusahaan, meningkatkan pelayanan, dan menjaga kepuasan nasabah.

**b) Kebersihan dan Kerapian Ruang Kerja**

Ruang kerja pada umumnya adalah tempat berlangsungnya proses pekerjaan. Standar kebersihan dan kerapian ruang kerja dapat mendukung kenyamanan dalam memberikan layanan. Ruang kerja yang bersih, rapi dan nyaman memberikan efek kepuasan dan kenyamanan bagi nasabah.

### **c) Pengetahuan Produk dan Jasa Perbankan**

Pengetahuann produk dan jasa perbankan yag dilayani dimana pegawai bank bekerja, harus dikuasai secara penuh minimal sesuai dengan fungsi jabatan masing-masing yang ditunjuk sebagai pelayan nasabah perbankan.

### **d) Standar Berkomunikasi Dengan Nasabah**

Komunikasi yang baik kepada nasabah dapat membangun kesan positif dari nasabah terhadap bank. Salah satu aspek yang harus dikomunikasikan dengan baik kepada nasabah adalah yang berhubungan dengan tranparansi informasi produk bank. Kondisi tersebut harus didukung dengan terbitnya Peraturan Bank Indonesia (PBI) tentang transparansi informasi produk bank dan penggunaan data pribadi nasabah dimana salah satu dasar aturan ini adalah dalam rangka menghindarkan bank dari resiko reputasi.

### **e) Standar Penanganan Keluhan Nasabah**

Pengaduan nasabah adalah ungkapan ketidakpuasan nasabah yang disebabkan oleh adanya potensi kerugian finansial pada nasabah yang diduga karena kesalahan atau kelalaian bank. Penanganan keluhan harus serius, cepat dan tuntas.<sup>6</sup>

## **5. Sikap melayani nasabah**

---

<sup>6</sup>Wiwik Saptia Apriyani, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasa Nasabah BSM Card Pada PT.Bannk Syariah Mandiri KCPTembilahan* , Skripsi Fakultas Syariah Dan Hukum, ( Pekanbaru: Fakultas Syariah Dan Hukum UIN Suska Riau,2015) h. 31, td

Sikap melayani nasabah harus diperhatikan, sikap yang kurang baik akan berpengaruh terhadap hasil pelayanan yang diberikan. Berikut ini beberapa sikap yang harus diperhatikan dalam melayani nasabah.

a) Beri kesempatan nasabah berbicara

Artinya, petugas CS memberikan kesempatan kepada nasabah untuk mengemukakan keinginannya. Dalam hal ini petugas CS harus dapat menyimak dan berusaha memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.

b) Dengarkan baik-baik

Selama nasabah mengemukakan pendapatnya CS harus mendengarkan dan menyimak baik-baik tanpa membuat gerakan yang dapat menyinggung nasabah, terutama gerakan tubuh yang dianggap kurang sopan.

c) Jangan menyela pembicaraan

Sebelum nasabah selesai bicara petugas CS dilarang memotong atau menyela pembicaraan. Usahakan nasabah sudah benar-benar selesai bicara baru petugas CS menanggapi.

d) Ajukan pertanyaan setelah nasabah selesai bicara

Pengajuan pertanyaan kepada nasabah baru dilakukan jika nasabah sudah selesai bicara. Pengajuan pertanyaan hendaknya dengan bahasa yang baik, singkat dan jelas.

e) Jangan marah dan jangan mudah tersinggung



Cara bicara, sikap atau nada bicara jangan sekali-kali menyinggung nasabah. Kemudian CS jangan mudah marah terhadap nasabah yang bertempramen tinggi. Usahakan tetap sabar dalam melayaninya.

f) Jangan mendebat nasabah

Jika ada hal-hal yang kurang disetujui usahakan beri penjelasan dengan sopan dan jangan sekali-kali bedebat atau memberikan argumen yang tidak dapat diterima oleh nasabah.

g) Jaga sikap, sopan, ramah dan selalu berlaku tenang

Dalam melayani nasabah sikap sopan santun, ramah tamah harus selalu dijaga. Begitu pula dengan emosi harus tetap terkendali dan selalu berlaku tenang dalam menghadapi nasabah yang kurang menyenangkan.

h) Jangan menangani hal-hal yang bukan merupakan pekerjaannya

Sebaiknya petugas CS tidak menangani tugas-tugas yang bukan menjadi wewenangannya. Serahkan kepada petugas yang berhak sehingga tidak terjadi kesalahan dalam memberikan informasi.

i) Tunjukkan sikap perhatian dan sikap ingin membantu

Nasabah yang datang ke bank pada prinsipnya ingin dibantu. Oleh karena itu, berikan perhatian sepenuhnya dan tunjukkan bahwa memang kita ingin membantu nasabah.<sup>7</sup>

## **B. Kualitas Pelayanan**

---

<sup>7</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank*, ( Jakarta : Kencana, 2008) edisi. Rev, Cet 3 , hal 184-186

Dalam kamus lengkap bahasa indonesia disebutkan bahwa arti kata layan adalah membantu mengurus atau menyiapkan segala keperluan yang dibutuhkan seseorang, meladeni. Sedangkan pelayanan adalah cara melayani.<sup>8</sup>

Menurut Salamatus Asakdiyah yang dikutip oleh Abdul Warits dalam skripsinya menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu cara untuk membandingkan persepsi layanan yang diterima pelanggan dengan layanan yang sesungguhnya. Apabila layanan yang diharapkan pelanggan lebih besar dari layanan yang nyatanya diterima pelanggan maka dapat dikatakan bahwa layanan tidak bermutu, sedangkan jika layanan yang diharapkan pelanggan lebih rendah dari layanan yang nyatanya diterima pelanggan, maka dapat dikatakan bahwa layanan bermutu, dan apabila layanan yang diterima sama dengan layanan yang diharapkan maka layanan tersebut dapat dikatakan memuaskan.<sup>9</sup>

Dengan demikian kualitas pelayanan merupakan suatu cara untuk mengetahui seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang diterima.<sup>10</sup>

Kualitas pelayanan (*servis quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan atau perusahaan. Jika jasa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika

---

<sup>8</sup> EM Zul Fajri dan Ratu Aprilia Senja, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Edisi Revisi, Semarang : Difa Publishers, 2008, cet 3, h. 520

<sup>9</sup> Abdul Warits, *pengaruh kualitas pelayanan dan penerapan prinsip-prinsip syariah terhadap minat nasabah konsumen hotel syariah*, skripsi S1. Semarang IAIN WS. 2009. h. 13

<sup>10</sup> *ibid*

jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan konsumen serta kebutuhannya. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Standar kepuasan nasabah griya iB hasanah adalah ketika apa yang mereka dapatkan sesuai dengan yang mereka bayarkan.

Implementasi kualitas jasa yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang bergerak di bidang perbankan adalah dengan memberikan kualitas pelayanan (*service*) yang terbaik bagi nasabah dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan nasabah. Kualitas yang diberikan oleh perusahaan, akan menimbulkan persepsi nasabah terhadap kualitas yang diberikan kepadanya seringkali terdapat perbedaan antara harapan nasabah dengan persepsi nasabah terhadap kualitas yang diberikan oleh perusahaan. Untuk mengetahui apakah perusahaan telah memberikan kualitas jasa yang sesuai dengan harapan konsumen, maka perlu dilakukan evaluasi dari konsumennya.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup><http://jurnalskripsitesis.wordpress.com/2007/10/24/pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap-kepuasan-nasabah-studi-pada-peserta-komersial-asuransi-kesehatan-di-ptpersero-asuransi-kesehatan-indonesia-kantor-cabang-malang/> di browsing 24 februari 2015.

Indikator yang terdapat dalam kualitas pelayanan, dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Reliability (keandalan) yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan segera, akurat dan memuaskan. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan.
- b. Responsiveness (ketanggapan) yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.
- c. Assurance (jaminan dan kepastian) yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan-santunan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para karyawan, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. *Assurance* terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*) dan sopan-santun (*courtesy*).
- d. Empathy (empati) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual antar pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Yang diperlukan untuk menciptakan kenyamanan bagi konsumen.

- e. Tangible (berwujud) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi) serta penampilan karyawannya.<sup>12</sup>

### C. Kualitas Pelayanan dalam Pandangan Islam

Mengenai pelayanan dalam hubungannya dengan kerja atau bisnis, Islam telah mengetahui bahwa setiap orang maupun organisasi memberikan pelayanan dengan kualitas terbaik. Pelayanan yang berkualitas adalah apabila yang dikerjakan seseorang untuk orang lain menimbulkan rasa tentram dan yang memberikan implikasi baik terbentuknya hubungan dalam rangka mempererat tali silaturahmi diantara kedua belah pihak. Sebab dengan melalui perantara bisnis diantara pihak perusahaan dengan pelanggannya tidak hanya kerjasama saling mencari keuntungan semata, namun dibalik itu ada nilai kebersamaan untuk saling menjaga jalinan kerjasama yang terbangun dengan diikat oleh tali persaudaraan.

Dalam pandangan Islam, pelayanan merupakan segala sesuatu yang harus dilakukan dengan benar, rapi, tertib, teratur dan prosesnya harus baik. Segala sesuatu tidak boleh dikerjakan secara asal-asalan.

Sikap yang dibutuhkan dalam pelayanan adalah:

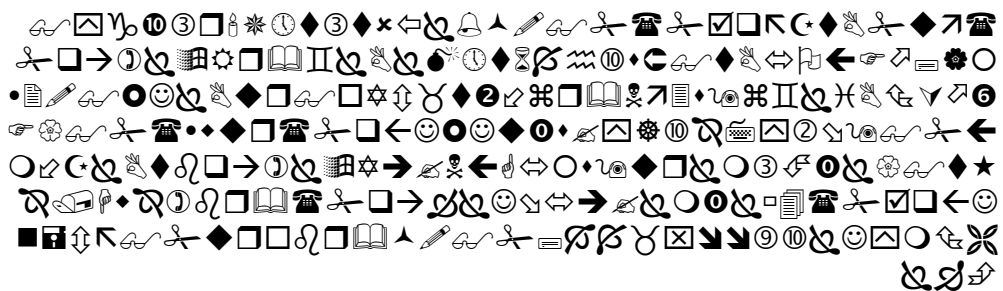
---

<sup>12</sup> Endar Sugiarto, *Spikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa*, ( Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama 2002), h. 69

- a. Sopan-santun.
- b. Berpegetahuan.
- c. Berusaha.<sup>13</sup>

Pelayanan yang baik sering dinilai oleh konsumen secara langsung dari karyawan sebagai orang yang melayani atau disebut juga sebagai produsen jasa, karena itu diperlukan usaha untuk meningkatkan kualitas sistem pelayanan yang diberikan agar dapat memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan konsumen. Jadi kualitas pelayanan merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan agar dapat tercapai kepuasan konsumen.

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Seperti yang telah dijelaskan dalam QS. Al-Baqarah ayat 267:



*Artinya : Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan*

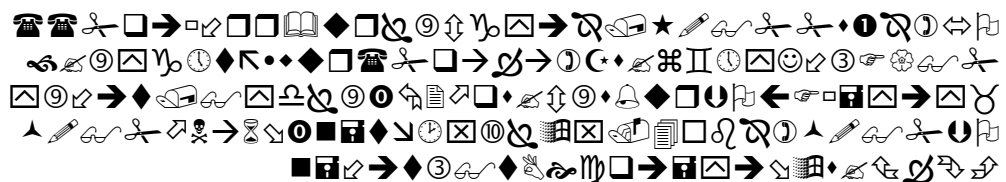
<sup>13</sup> Sopiah, *Manajemen Bisnis Riset*, (Yogyakarta: Andi, 2008), h. 252.

*dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.*<sup>14</sup>

Pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan (*servis*) tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani. Service berarti mengerti, memahami, dan merasakan. Loyalitas seorang konsumen pada produk atau usaha perusahaan tidak akan merugikan.

Dimensi kualitas pelayanan adalah *tangibles* (bukti langsung) yang berupa fasilitas fisik meliputi gedung, sarana dan prasarana lainnya. Fasilitas dalam islam dan konvensional juga tidak mengalami perbedaan yang signifikan, perbedaannya hanya terletak pada proses penggunaannya yang mana ketika pelaku bisnis memberikan pelayanan dalam bentuk fisik hendaknya tidak menonjolkan kemewahan.

Fasilitas yang diberikan dalam melakukan pelayanan akan terlihat semua tanpa adanya *reliability* (kehandalan) dari pelaku bisnis. Kehandalan dalam pelayanan dapat dilihat dari ketepatan dalam memenuhi janji secara akurat dan terpercaya. Allah sangat menganjurkan setiap umatnya untuk selalu menepati janji yang telah ditetapkan seperti dijelaskan dalam Al-Quran surat An-Nahl ayat 91,



Artinya: *Dan tepatilah Perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudahmeneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah*

<sup>14</sup>Depetemen Agama RI. *Al-Quran Dan Terjemahan*, (Semarang: CV. Asy-Syifa, 1999), h. 35





Artinya : *Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu.karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu.kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.*<sup>16</sup>

Ayat diatas, jelas bahwa setiap manusia dituntunkan untuk berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingkan. Apabila dalam pelayanan yang mana konsumen banyak pilihan, bila pelaku bisnis tidak mampu memberikan rasa aman dengan kelemahan lembutannya maka konsumen akan berpindah keperusahaan lain. Pelaku bisnis dalam memberikan pelayanan harus menghilangkan jauh sikap keras hati dan harus memiliki sifat pemaaf kepada pelanggan agar pelanggan terhindar dari rasa takut, tidak percaya, dan perasaan adanya bahaya dari pelayanan yang diterima.

Selain empat hal di atas, kualitas pelayanan juga dapat dilihat dari faktor *emphaty* (empaty) yang dapat diberikan oleh karyawan kepada pelanggan/konsumen.Sikap empati ditunjukkan melalui kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.Dalam Islam sikap empati merupakan wujud dari kemauan karyawan untuk membantu, disaat pelanggan mengalami kesulitan maka karyawan siap membantu.

---

<sup>16</sup>Depertemen Agama RI,*Op Cit*, h.52

#### **D. Pembiayaan Kepemilikan Rumah (Griya iB Hasanah)**

Pembiayaan kepemilikan rumah adalah kredit jangka panjang yang diberikan oleh lembaga keuangan kepada debiturnya untuk membeli rumah ataupun mendirikan rumah diatas lahan sendiri dengan jaminan sertifikat kepemilikan atas tanah rumah tersebut.<sup>17</sup>

Ada 2 jenis Kepemilikan rumah :

##### **a. Kepemilikan rumah Subsidi**

Yaitu suatu pembiayaan yang diperuntukan kepada masyarakat berpenghasilan menengah kebawah dalam rangka memenuhi kebutuhan perumahan atau perbaikan rumah yang telah dimiliki. Bentuk subsidi yang diberikan berupa : subsidi meringankann kredit dan subsidi menambah dana pembangunan atau perbaikan rumah. Pembiayaan subsidi ini diatur tersenndiri oleh pemerintah, sehinnnga tidak setiap mayarakat yang mengajukan Pembiayaan dapat diberikan fasilitas ini. Seccara umum batasan yang ditetapkan oleh pemerintah dalam memeberikan subsidi adalah penghasilan pemohon dan maksimum pinjaman yang diberikan.

##### **b. Kepemilikan Rumah Non Subsidi**

Yaitu suatu kepemilikan rumah yang diperuntukkan bagi seluruh mayarakat. Ketenntuan pembiayaan kepemilikan rumah ditetapkan oleh

---

<sup>17</sup> <http://manggon.wordpress.com/mengenal-KPR/> / dibrowsing 24 februari 2015

bank, sehingga penentuan besarnya pembiayaan maupun suku bunga dilakukan sesuai kebijakan bank yang bersangkutan.<sup>18</sup>

Konsep kepemilikan rumah adalah pembiayaan untuk membeli rumah dan perlu ditambahkan pembiayaan kepemilikan rumah juga dapat digunakan untuk membangun rumah diatas lahan sendiri. Akan tetapi, pemberian pinjaman untuk memperbaiki rumah tidak termasuk dalam golongan pembiayaan kepemilikan rumah. Alasan utamanya adalah jaminan yang diberikan bisa jadi bukannya rumah yang diperbaiki tersebut.

Jangka waktu pembiayaan kepemilikan rumah diberikan berdasarkan kemampuan debitur untuk melakukan pembayaran sesuai dengan penghasilan yang diperolehnya. Pada umumnya jangka waktu yang ditawarkan adalah 5 sampai 15 tahun.

Nasabah tidak harus menyediakan uang secara tunai untuk membeli rumah. Nasabah cukup menyediakan uang muka. Karena pembiayaan kepemilikan rumah memiliki jangka waktu yang panjang, angsuran yang dibayar dapat diiringi dengan ekspektasi peningkatan penghasilan.<sup>19</sup>

#### **E. Kepuasan Nasabah**

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja

---

<sup>18</sup>[http://www.marketingsakti.com/seputar-KPR/Pengertian\\_KPR.html](http://www.marketingsakti.com/seputar-KPR/Pengertian_KPR.html) dbrowsing 24 Januari 2015

<sup>19</sup>[http://mannggon.wordpress.com/menegenal\\_KPR/](http://mannggon.wordpress.com/menegenal_KPR/) dbrowsing 24 februari 2015

(atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.<sup>20</sup> Nasabah adalah perhubungan atau pelanggan. Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi/kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Kepuasan seorang pelanggan untuk setia atau beralih ke yang lain adalah jumlah dari banyak pertemuan kecil dengan perusahaan. Perusahaan konsultasi *Forum Corporation* mengatakan bahwa supaya semua pertemuan-pertemuan kecil itu menunjang kesetiaan pelanggan, perusahaan perlu menciptakan “pengalaman pelanggan yang diberimerek”.<sup>21</sup> Banyak perusahaan berhasil yang menaikkan harapan pembeli dan menghantarkan kinerja yang sesuai. Perusahaan ini menuju pada TCS “*Total Customer Satisfaction*” – kepuasan pelanggan sepenuhnya.<sup>22</sup>

Dengan demikian, konsumen membuat penilaian adalah nilai yang ditawarkan pemasaran dan mengambil keputusan membeli berdasarkan pada penilaian ini. Kepuasan pelanggan ada suatu pembelian tergantung pada relatif kinerja produk bagi harapan pembeli. Pemasar harus berhati-hati menetapkan tingkat harapan yang tepat. Bila mereka menetapkan harapan terlalu rendah, mereka mungkin memuaskan orang yang membeli tetapi gagal menarik pembeli dalam jumlah besar.

---

<sup>20</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Jakarta: Penerbit Pearson Education Asia Pte. Ltd dan PT. Prenhallindo, 2002, h.42

<sup>21</sup> Philip Kotler, Op.cit, h. 42-43

<sup>22</sup> Philip Kotler dan A.B Susanto, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia*, Edisi Pertama, Jakarta : Penerbit Salemba Empat, 2000, h. 52

Sebaliknya, bila mereka menaikkan harapan terlalu tinggi, kemungkinan besar pembeli merasa tidak puas.<sup>23</sup>

Jadi, kepuasan nasabah pembiayaan kepemilikan rumah di bank syari'ah adalah keinginan nasabah untuk menggunakan produk yang disediakan oleh perbankan syari'ah, dan yang dijadikan indikator dalam penelitian ini adalah :

- a. Kesesuaian harapan jasa.
- b. Kemudahan dalam memperoleh jasa.
- c. Kesiediaan untuk merekomendasikan kepada orang lain.<sup>24</sup>

### **1. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah (Pelanggan)**

Kepuasan pelanggan pada dasarnya merupakan suatu yang sangat relatif dan subyektif. Bisa jadi dengan kualitas pelayanan yang sama dinilai oleh orang yang sama namun dirasakan berbeda. Kondisi ini bisa saja terjadi apabila pelanggan sedang dalam kondisi psikologi yang berbeda. Namun diantara banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan ada beberapa faktor yang dapat dianalisa secara langsung mempengaruhi kepuasan pelanggan. Berikut terdapat lima faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah:

- a. Kualitas Produk

Pelanggan akan puas jika setelah membeli dan menggunakan produk tersebut, ternyata kualitas produknya baik. Kualitas produk ini

---

<sup>23</sup><http://jurnalskripsisites.wordpress.com/2007/10/24/Pengaruh-Kualitas-Pelayanan-terhadap-Kepuasan-Nasabah-Studi-Pada-Peserta-Komersial-Asuransi-Kesehatan-di-PT.persero-asuransi-Kesehatan-Indonesia-Kantor-Cabang-Malang/> di browsing 30 maret 2015.

<sup>24</sup> Philip Kotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2003), h. 81

adalah dimensi yang global dan paling tidak ada 5 elemen dari kualitas produk yaitu *performance*, *durability*, *feature*, *consistency*, dan *design*.

b. Harga

Untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka mendapatkan *value money* yang tinggi. Komponen ini sangat penting bagi beberapa perusahaan yang ingin menciptakan kepuasan konsumen.

c. Kualitas Pelayanan

*Service quality* sangat bergantung pada tiga hal, yaitu sistem, teknologi dan manusia. Faktor manusia ini memegang kontribusi sebesar 70%. Tidak heran kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru.

d. Faktor Emosi

Dimana pelanggan merasa puas terhadap produk tertentu walaupun mungkin dengan harga mahal, namun mampu menimbulkan rasa lebih puas karena *emotional value* yang diberikan oleh *brand* dari produk tersebut.

e. Biaya dan kemudahan mendapatkan produk

Pelanggan akan semakin merasa puas apabila biaya dan produk yang diperoleh relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Hardi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, ( Jakarta: PT. Media Komputindo, 2002), h. 37

Sebagai konsumen merasa puas kalau ia memperoleh barang yang sangat dibutuhkan atau yang diinginkan. Sebagian lagi beranggapan bahwa kepuasan terletak pada barang yang harganya relatif murah dari merek atau barang lainnya.

Sedangkan ada juga konsumen yang beranggapan bahwa kepuasan terletak apabila orang lain tidak bisa memilikinya. Bahwa ada juga yang beranggapan kepuasan timbul apabila semakin banyak orang yang memiliki barang tersebut. Jadi kepuasan konsumen sangat kompleks penilaiannya. Konsumen tidak saja diartikan sebagai pihak yang mengkonsumsi suatu produk, melainkan setiap orang yang memerlukan jasa demikian akan timbul terminology konsumen internal dan eksternal. Konsumen internal adalah konsumen yang berada dilingkungan perusahaan. Konsumen itu sendiri terdiri dari para karyawan dan para pemakai. Konsumen eksternal merupakan setiap pihak diluar perusahaan membutuhkan jasa perusahaan. Keseluruhan konsumen ini harus memperoleh kepuasan yang diharapkan mereka ketika berhubungan, baik dengan perusahaan maupun dengan produk.

Adapun penyebab ketidakpuasan pelanggan menurut Tjiptono adalah:<sup>26</sup>

- a. Tidak sesuai harapan dengan kenyataan
- b. Layanan selama proses menikmati jasa atau produk tidak memuaskan
- c. Prilaku personel kurang memuaskan

---

<sup>26</sup>Dedi Marwan, *Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Harian Pagi Riau Pos Pada PT. Riau Pos Intermedia Pekanbaru*, Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial, ( Pekanbaru: Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau, 2008) h. 16, td

- d. Suasana dan kondisi fisik lingkungan tidak menunjang
- e. Cost terlalu tinggi, karena jarak terlalu jauh, banyak waktu terbuang dan harga tidak sesuai
- f. Promosi/iklan terlalu muluk, tidak sesuai dengan kenyataan

Perwujudan kepuasan pelanggan memang tidak dapat dipungkiri, harus merupakan komitmen bersama secara total. Artinya bahwa tidak ada seorangpun dalam perusahaan yang boleh mengabaikan hal itu. Oleh sebab itu kepuasan pelanggan harus dikelola dengan baik.

## **2. Pengukuran Kepuasan Nasabah (pelanggan)**

Dapat dilakukan melalui empat sarana, yaitu:

- a. Sistem keluhan dan usulan

Artinya, seberapa banyak keluhan atau komplain yang dilakukan konsumen dalam satu periode, makin banyak berarti semakin kurang baik demikian pula sebaliknya.

- b. Survei kepuasan konsumen

Dalam hal ini perusahaan perlu secara berkala melakukan survei baik melalui wawancara maupun kuisioner tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan perusahaan tempat konsumen melakukan selama ini.

- c. Konsumen samaran

Perusahaan dapat mengirim karyawannya atau melalui orang lain untuk berpura-pura menjadi konsumen guna melihat pelayanan yang



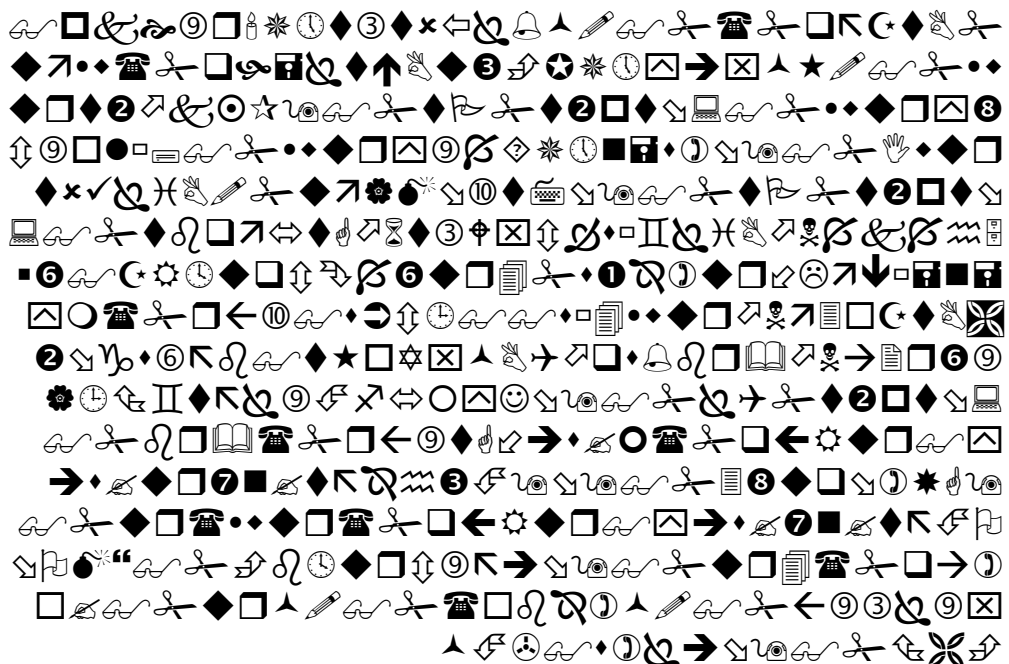
diberikan oleh karyawan secara langsung, sehingga terlihat jelas bagaimana karyawan melayani konsumen sesungguhnya.

d. Analisis mantan pelanggan

Dengan melihat catatan konsumen/pelanggan yang pernah menjadi konsumen guna mengetahui sebab-sebab nasabah kabur.<sup>27</sup>

## F. Kepuasan Nasabah dalam Pandangan Islam

Islam mengajarkan kepada umatnya untuk saling tolong menolong dalam hal kebaikan antara satu dengan yang lainnya dan Islam melarang untuk saling tolong menolong dalam hal kejahatan. Dalam Al-Maidah ayat 2 dijelaskan:



Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi’ar syi’ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari

<sup>27</sup>Kasmir, *Op Cit*, hal 163-164

*kurnia dan keredhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, Maka bolehlah berburu. dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya”.*<sup>28</sup>

Sebuah transaksi ekonomi pasti tak lepas dari penjualan dan pembelian yang mana hal ini digambarkan dalam bentuk kepuasan konsumen (nasabah) terhadap produk atau jasa yang diperoleh dari penjualan. Berkaitan dengan penyediaan layanan konsumen, Islam telah mengatur berbagai cara untuk menghasilkan layanan yang berkualitas bagi pelanggannya. Pencapaian kualitas layanan yang terbaik pada organisasi atau perusahaan memerlukan dasar bangunan manajemen Islam yang kokoh atau disebut juga” *Total Islam Quality*” dimana dasar bangunan tersebut bersumber dari Al-Quran dan Hadist, dan dapat terbentuk jika ada instrumen-instrumen berikut, yaitu:

- a. Harus didasari oleh kesabaran yang kuat
- b. Komitmen jangka panjang
- c. Perbaikan kualitas layanan terus menerus
- d. Kerjasama dan hormat/respek terhadap setiap orang
- e. Pendidikan dan latihan.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup>Depertemen Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahnya*. ( Semarang: CV. Asy-Syifa, 1999), h. 82

<sup>29</sup><http://www.dakwatuna.com/2007/Hukum-Islam>